



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia yang mengkonsumsi daging anjing selain negara Vietnam, China, Korea Selatan dan Filipina (Liputan6.com, 2018). Penduduk di Indonesia mayoritas tidak mengkonsumsi daging anjing sebagai bahan pangan, namun menurut IDN Times, sebanyak 7 persen dari masyarakat Indonesia faktanya memakan daging yang tidak lazim dikonsumsi (Hutasoit, 2018).

Konsumsi daging anjing yang tinggi sendiri berada pada kota Jakarta, kota Yogyakarta, serta provinsi Sumatera Utara dan Sulawesi Utara. Suku batak sendiri memakai istilah '*BI*' yang artinya yaitu '*biang*' dan dalam bahasa Manado, '*RW*' merupakan singkatan dari '*Rintek Wuuk*' yang artinya '*bulu halus*', kedua istilah tersebut dapat dijumpai pada menu rumah makan tertentu (Sucahyo, VOA Indonesia, 2015, p. 1).

Berangkat dari kekhawatiran para pecinta anjing terkait dengan perdagangan daging anjing yang makin banyak di Indonesia khususnya Karin Franken, founder dari Jakarta Animal Aid Network (JAAN) yang menyaksikan dengan mata kepala sendiri kebrutalan dalam perdagangan daging anjing di Indonesia. Franken bercerita bahwa dia menyaksikan anjing-anjing hidup yang diperjualbelikan di pasar khususnya di Sulawesi Utara diperlakukan secara brutal, satu persatu anjing yang berada dalam kandang dengan kondisi berdesakan, ketakutan dan

gemetar direnggut keluar kandang, dihantam kepalanya menggunakan balok kayu, dan dilemparkan ke tanah saat kondisi anjing itu menggeliat kesakitan setelahnya dibakar hidup-hidup untuk menghilangkan bulu yang masih ada di tubuh anjing tersebut (Lestari, 2017).

Menurut Franken yang masih dikutip dalam situs [bbcindonesia.com](http://bbcindonesia.com), masyarakat Indonesia sendiri tidak banyak yang tau terkait dengan proses dalam perdagangan daging anjing ini. Oleh karena itu, Karin Franken bersama organisasi pecinta hewan lainnya yang tergabung dalam Koalisi Dog Meat Free Indonesia mencoba membentuk *awareness* terkait perdagangan daging anjing dan konsumsi daging anjing yang harus segera dihentikan lewat kampanye yang mereka lakukan serta mendukung upaya pemerintah untuk menjadi Indonesia bebas rabies pada tahun 2020.

Koalisi DMFI, melakukan investigasi berkala nasional untuk menyelidiki proses perdagangan daging anjing ini. Provinsi Sulawesi Utara adalah salah satu provinsi yang mempunyai banyak pasar hewan 'hidup' yang terkenal kejam. Terdapat 200 pasar di Sulawesi Utara yang menjual daging hewan seperti anjing dan kucing. Koalisi DMFI dalam kampanye Indonesia Bebas Daging Anjing memfilmkan dua pasar yaitu, Pasar Tomohon dan Pasar Langowan di Sulawesi Utara.

Koalisi DMFI mendokumentasikan video investigasi tersebut yang mulai pada tahun 2013 sampai dengan 2017, melalui video tersebut faktanya setiap tahun jutaan anjing ditangkap dan dicuri dari peliharaan rumah, diambil dari jalanan dengan presentase sebanyak 90% dan sekitar 80% anjing ini datang dari lintas

provinsi untuk memasok kebutuhan pasar yang sering manusia kenal sebagai sahabat manusia yang setia (Koalisi Dog Meat Free Indonesia, 2018).

Banyak masyarakat Indonesia yang belum menyadari bahwa perdagangan daging anjing bahkan memakan daging anjing sendiri dapat menimbulkan risiko kesehatan yang serius bagi seluruh sektor masyarakat, terutama dalam bentuk penyebaran virus rabies. Rabies merupakan penyakit yang diidap oleh anjing, kucing, kera, rakun dan kelelawar. Penyakit ini bersifat zoonotik yang dapat ditularkan melalui hewan ke manusia.

Dalam kampanye Indonesia Bebas Daging Anjing, Koalisi Dog Meat Free Indonesia ingin menyoroti virus rabies yang berasal dari anjing karena menurut Kementerian Kesehatan, kasus rabies di Indonesia lebih banyak disebabkan oleh anjing daripada hewan lainnya (Kementerian Kesehatan RI, 2014).

Menurut data pada situs departemen kesehatan yang dikutip oleh Koalisi Dog Meat Free Indonesia, hanya Sembilan provinsi di Indonesia dari 34 provinsi yang bebas rabies. Kesembilan provinsi itu adalah Kepulauan Riau, Bangka Belitung, Jakarta, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Papua Barat, Papua. Jakarta adalah salah satu kota yang beresiko kehilangan status rabies karena adanya transportasi massal yang belum diregulasi atas *supply* anjing hidup untuk memenuhi permintaan daging untuk dikonsumsi (Koalisi Dog Meat Free Indonesia, 2018).

Pada umumnya virus rabies diketahui masyarakat akan menginfeksi manusia jika manusia digigit terlebih dahulu, namun faktanya virus rabies dapat menimbulkan resiko kesehatan bagi manusia, dengan mengonsumsi daging anjing

yang sudah terjangkit rabies apabila daging tersebut tidak dimasak secara benar dan dapat menginfeksi manusia yang terlibat dalam kegiatan di pasar daging anjing.

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) memakan daging anjing menjadi faktor yang berkontribusi terhadap penyebaran rabies di Indonesia (Kementerian Kesehatan RI, 2014).

Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit Amerika Serikat (Centers for Disease Control and Prevention of the United States) yang bekerjasama dengan Koalisi Dog Meat Free Indonesia mengatakan:

“Terdapat laporan-laporan bahwa tingkat rabies lebih tinggi di pasar-pasar daging anjing daripada di populasi anjing pada umumnya, karena orang sering menjual anjing yang terlihat sakit ke pasar; beberapa anjing yang sakit ini terjangkit rabies... Selain itu, setidaknya ada tiga laporan yang dipublikasikan tentang manusia yang tertular rabies dari kegiatan yang terkait dengan pasar daging anjing, menekankan bahwa risikonya sangat nyata.” (Jakarta Animal Aid Network, 2018).

Studi yang dilakukan oleh Koalisi Dog Meat Free Indonesia telah menunjukkan tingginya insiden anjing yang terinfeksi rabies di tempat pemotongan hewan dan pasar dari seluruh wilayah. Sebagai contoh, pada tahun 2007, penelitian yang dilakukan di pasar di Sulawesi Utara (Manado, Airmadidi dan Langowan) menunjukkan bahwa antara 7,8% dan 10,6% anjing yang dijual untuk konsumsi manusia terinfeksi rabies (Koalisi Dog Meat Free Indonesia, 2018).

Selain virus rabies, memakan daging anjing menurut Kasubdit Peningkatan Mutu dan Kecukupan Gizi Kementerian Kesehatan, Galopong Sianturi memiliki dampak *negative* seperti resiko hipertensi karena daging anjing memiliki kandungan natrium yang tinggi dan juga anjing dapat membawa cacing pita yang berbahaya bagi usus manusia (CNN Indonesia, 2018).

Di balik risiko kesehatan yang menghantui pemakan daging anjing serta wisatawan dan turis yang datang ke pasar-pasar perdagangan daging anjing, kesejahteraan dari makhluk hidup ini juga menjadi perhatian komunitas hewan di berbagai wilayah.

Menurut Dewan Penasihat Pengurus Besar Perhimpunan Dokter Hewan Indonesia, dr. Wiwiek Bagja, terminologi kesejahteraan hewan sudah disepakati oleh World Animal Health Organization (WAHO) memiliki lima prinsip yaitu, bebas dari ketidaknyamanan atau penyiksaan fisik, bebas dari sakit, bebas untuk mengekspresikan perilaku alami, dan bebas dari rasa tertekan. Sehingga dapat dikatakan perdagangan daging anjing sudah mencederai terminologi kesejahteraan anjing itu sendiri (Koalisi Dog Meat Free).

Beberapa peraturan perundang-undangan yang diciptakan pemerintah dalam menjaga kesejahteraan hewan sudah ada seperti, yang dimuat dalam Pasal 66 ayat (2) huruf c, Pasal 67 Bab 13, pasal 86 dan 87 Undang-undang Nomor 41 Tahun 2014 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan yang salah satunya menerangkan bahwa yang dimaksud dengan “penganiayaan” adalah tindakan untuk memperoleh kepuasan dan/atau keuntungan dari hewan dengan memperlakukan hewan di luar batas kemampuan biologis dan fisiologis hewan, misalnya pengglonggongan sapi. Intinya, peraturan itu mewajibkan setiap orang untuk melakukan pemeliharaan, pengamanan, perawatan, dan pengayoman hewan yang dilindungi negara ataupun tidak dengan sebaik-baiknya. Adapun ancaman hukuman untuk Perdagangan Daging Anjing dengan Pasal yang berbeda-beda dikenakan kepada Pemasok, Penjual dan Pembeli yaitu KUHP pasal 241; 302; 362; 363; 406; 335; 170; 480;

481; 204; 205. Hukuman maksimal penjara seumur hidup (Direktorat Jendral Peternakan Dan Kesehatan Hewan, 2017).

Perdagangan anjing untuk konsumsi manusia bertentangan langsung dengan pengendalian rabies dan rekomendasi eliminasi rabies oleh badan penasehat kesehatan utama, termasuk Organisasi Kesehatan Dunia, Organisasi Kesehatan Amerika dan Organisasi Pangan dan Pertanian Perserikatan Bangsa-Bangsa, serta pelanggaran peraturan pengendalian dan pencegahan penyakit nasional.

Dengan meningkatnya risiko perdagangan daging anjing dan dapat menyebabkan resiko kesehatan manusia, serta adanya bukti kekejaman terhadap anjing dan kriminalitas yang terjadi dalam proses perdagangan, Koalisi Indonesia Bebas Daging Anjing secara tegas menyatakan bahwa produksi dan penyalangan anjing untuk konsumsi manusia harus diakhiri. Peraturan ketat untuk melarang produksi, perdagangan, pembantaian, dan konsumsi daging anjing menurut koalisi Dog Meat Free Indonesia harus ditegakkan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kesehatan masyarakat serta kesejahteraan hewan di Indonesia.

Koalisi Dog Meat Free Indonesia adalah gabungan dari organisasi-organisasi nonprofit yang peduli terhadap kesejahteraan hewan di Indonesia. Koalisi yang disingkat menjadi DMFI ini terdiri dari, Jakarta Animal Aid Network, Animal Friends Jogja, Change for Animals Foundation, Humane Society International, Four Paws.

Kampanye Indonesia Bebas Daging Anjing, merupakan kampanye nasional yang digalakan oleh koalisi ini, dimana menjadi program khusus untuk mengangkat



isu kekerasan dan kekejaman dalam perdagangan daging anjing serta bahaya kesehatan dalam penyebaran virus rabies yang mengancam masyarakat Indonesia.

Definisi kampanye sendiri menurut Snyder (2002, dikutip dalam Ruslan, 2014, p.58);

*“a communication campaign is and organized communications activity, directed at a particular audience, for a particular period of time to achieve a particular goal”.*

Maka disimpulkan bahwa kampanye merupakan sebuah bentuk komunikasi yang sudah diatur dan diarahkan kepada target audiens yang telah ditetapkan oleh pelaku kampanye dalam jangka waktu tertentu, untuk mencapai tujuan organisasi tersebut ataupun memberikan suatu dampak yang berkelanjutan.

Dalam hal ini, Koalisi Dog Meat Free Indonesia menggunakan sarana kampanye sosial serta melakukan serangkaian aktivitas komunikasi yang di dalamnya menjadi alat untuk menciptakan kesadaran, pemahaman serta dukungan publik terhadap upaya pemberantasan perdagangan daging anjing dan bahaya rabies itu sendiri.

Pada masa sekarang ini perubahan sosial banyak dilakukan melalui kegiatan - kegiatan yang dilakukan oleh Public Relations sebuah perusahaan. Seorang Public Relations mempunyai andil dalam melakukan perubahan dengan teknik kampanye Public Relations dapat merubah publik dari *‘nothing’* menjadi *‘something’* (Ruslan, 2014, hal. 7).

Perubahan sikap seseorang terhadap suatu isu tertentu berawal dari pengetahuan dan informasi yang didapat mengenai isu tersebut. Sifat, watak, dan pemikiran setiap generasi muda berbeda satu sama lainnya, maka suatu organisasi



perlu merancang strategi kampanye yang sekiranya efektif dalam menjalankan program kampanye bagi generasi muda saat ini.

Agar bisa menghasilkan kampanye yang efektif dan sukses tentunya strategi kampanye sosial ini memerlukan serangkaian proses dengan tahapan yang tepat sehingga dapat menghasilkan perubahan sosial yang nyata. Hal tersebut yang menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian pada Koalisi Dog Meat Free Indonesia dengan menganalisa strategi kampanye yang dijalankan pada kampanye Indonesia Bebas Daging Anjing oleh Koalisi Dog Meat Free Indonesia.

Peneliti akan menyusun penelitian ini dengan judul “Strategi Kampanye Indonesia Bebas Daging Anjing oleh Koalisi Dog Meat Free Indonesia”. Hal ini menarik dan penting untuk diteliti guna menjadi bahan wawasan dan masukan tentang strategi kampanye yang bersifat sosial bagi kampanye organisasi non-profit sehingga dapat menghasilkan , serta lebih mengangkat aktivitas public relations dalam suatu organisasi non-profit yang berkaitan dengan binatang yang selama ini tampak jarang muncul di permukaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Strategi kampanye Indonesia Bebas Daging Anjing mengangkat permasalahan terkait dengan penyebaran virus rabies yang membahayakan kesehatan masyarakat dan perdagangan daging anjing yang kejam dan brutal, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi kampanye Indonesia Bebas Daging Anjing oleh Koalisi Dog Meat Free Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti buat, tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui dan menganalisa strategi kampanye dalam kampanye Indonesia Bebas Daging Anjing yang dilakukan oleh Koalisi Dog Meat Free Indonesia.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Peneliti berharap hasil penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat dari segi akademis, praktis;

#### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang kampanye, khususnya tentang strategi kampanye sosial yang didalamnya memiliki penyusunan dan perencanaan yang efektif dalam kegiatan kampanye sosial.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Dalam kegunaan praktis, penulis mengharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan dalam perencanaan strategi kampanye bersifat sosial yang menysar tentang keberlangsungan hidup hewan yang ingin melakukan program-program kampanye serupa.

### **1.5 Keterbatasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membatasi penelitian hanya pada kampanye yang dilakukan oleh Koalisi Dog Meat Free Indonesia sepanjang tahun 2017 sampai 2019.

